媒体融合背景下少儿报刊编辑转型路径研究

张 艳
（中国少年儿童新闻出版总社有限公司，北京 100022）

摘 要：自从互联网诞生开始，科学技术便大踏步地持续向前发展，促使了全媒体时代的应运而生。但也正因全媒体时代的到来，传统媒体大受冲击，各行各业的报刊因此受到了不同程度的影响，其中也包括曾在少儿教育领域占有一席之地的少儿报刊。因此，传统少儿报刊要想在媒体融合背景下的今天，重新占据报刊市场的一席之地，就不得不顺应时代的发展，将新媒体的理念融入报刊创办宗旨内，以全新的面貌走上一条优化产业结构，革新创收模式的转型之路。基于此，本文将以少儿报刊为例，结合新媒体融合概述、新媒体时代信息发展的趋势、新媒体融合背景下的少儿报刊现状以及媒体融合背景下少儿报刊编辑应有的素养，来进一步探究媒体融合背景下少儿报刊编辑转型的具体路径，以期为当今时代的少儿纸媒转型提供参考。

关键词：媒体融合；少儿报刊；编辑转型；筛选信息；平台建设　　**中图分类号：**G232　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）02-100-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.030
本文著录格式：张艳 . 媒体融合背景下少儿报刊编辑转型路径研究 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：100-102.

随着高新技术的蓬勃发展，网络技术日益出新，开始席卷各行各业，从而推动了它们顺应时代发展，融入信息化理念的改革。当前，由于数字技术的发展，使得新媒体文化千姿百态，新媒体产业日益繁荣，不论是微博、微信，还是各种信息传播软件时刻都在期盼着全面取代传统纸媒。在这里，值得一提的是，在这些传统纸媒中有一个以少年儿童为受众的类别，那就是少儿报刊。目前，我国共有少儿报刊 260 余种，综合、文学、科普等多种类型都涵盖在其中。不仅包括了《中国少年报》《学与玩》等影响多代人的名报名刊，像《小聪仔》《小哥白尼》等近几年发展起来的刊物也包含在内；在兼顾发达地区品牌报刊的同时，偏远地区、少数民族文字的优秀报刊等也并未被忽视。[1] 新媒体的出现，使得这些报刊的受众群——少年儿童原有的阅读平台和资源发生了变化，让他们在获取信息上有了更为多样化的选择。再加上少年儿童天性爱玩好动，对新鲜事物充满好奇心，这在一定程度上，使传统少儿报刊的读者群体也因为各种新型传播工具的普及而逐步减少，这令传统少儿报刊的日子更加举步维艰。因此，少儿报刊踏上媒介融合之路是大势所趋。

1. 新媒体融合概述

新媒体融合指的是众多新兴的媒体所表现出的多功能一体化的趋势，即将不同形态的媒体形式“融合”在一起，然后在“融合”的过程中产生“变化”，并最终发展成为一项新的媒体形态，例如电子书、新闻客户端等。[2] 简而言之，媒体融合就是信息传输通道多元化下的新作业模式，它可以行之有效地将报刊、电视、广播、因特网、手机等多种媒体传播方式串联起来，在形成资源共享的同时，引申出形态各异的信息资料，然后再利用各种传播平台反馈给受众群体。在当今以互联网和手机等为代表的数字化媒体环境下，传统媒体不能单纯沿袭以往的运营模式，还要主动适应新的社会环境和行业发展趋势，否则极有可能在面临生存危机时被筛选掉。如此看来，作为以少年儿童读者为主要受众的少儿报刊要想在媒体融合背景下屹立不倒，依然得到受众喜爱，就必须在固守其为少年儿童引路和服务的宗旨下，运用先进技术手段持续不断地开发建设少儿报刊，努力提高自身竞争力，按下发展加速键，赢得发展新局面。

2. 新媒体时代信息和技术的发展趋势对少儿报刊编辑工作的影响

今天，随着网络信息技术的成熟和教育网络化的发展，微信、微博、新闻客户端成了人们生活不可或缺的工具，不仅成年人用户众多，少年儿童用户数量也在逐年激增。据 2015 年中国青少年研究中心发布的相关数据显示，新媒体在中国儿童中的普及情况：在全国儿童家庭中，手机的普及率高达 97.8%，电脑的普及率高达 95.4%，有近一半的儿童有自己的手机，近 70.0% 的孩子接触过平板电脑，可见新媒体在一定程度上替代了传统少儿报刊成为当今少年儿童获取信息的主要渠道。因此，新媒体时代信息和技术的发展对少儿报刊编辑工作也势必会产生影响。[3]

2.1 信息海量化和编辑筛选合理化

在新媒体环境下，受众由单纯的“接收者”变成“传播者 + 接收者”的双重身份。他们不仅能够获取大量的信息源，还能够将这些信息传播出去，对少年儿童来说也是如此。但是由于年龄和阅历的限制，他们的识别能力还不高，面对海量的信息，往往不能够做出正确选择，这使得少儿报刊成了众多家长心中最适合儿童获取信息的媒介平台。与此同时，这对少儿报刊编辑来说提出了更高的要求，要依靠自身专业知识和对不同年龄段、不同性别、不同地

区、不同民族少年儿童的关注点、兴趣、心理、阅读能力、认知水平的把控，从海量信息中过滤出无效信息，再将适合他们获取的文字、图片、音视频等多元化信息经过有效编辑，传播给有不同需求的小读者们。

2.2 信息同质化与凸显信息独特性

在新媒体时代，信息同质化现象较为严重，因此怎样凸显信息的独特性和吸引力，对各类媒介的编辑来说尤为重要。由于少儿报刊的受众是少年儿童，而他们天生对新鲜事物充满好奇心，于是对少儿报刊编辑来说，如何通过自己编辑的内容来吸引小读者阅读，从而达到让他们增长见闻、收获知识、明白道理的目的就显得格外重要。比如，2020 年第七次全国人口普查期间，各家媒体多以《第七次全国人口普查来了！》《第七次全国人口普查登记正式开始》等作为标题来报道此事，《中国儿童报》的编辑则以《国家点名，我喊“到”！》为标题来报道这个事件，同时，文章还针对很多小伙伴第一次经历“国家点名”，存在很多疑问的情况，结合他们关心的问题，以小读者和版面主持人“大笔头”之间问答的形式，从“为啥要点名？”“点名点什么？”“点名怎么点？”“普查员来了，开门吗？”等方面回答了小读者感兴趣的问题，不仅吸引了小读者的眼球，还体现出信息的独特性。

3. 媒体融合背景下少儿报刊现状

了解当前少儿报刊发展的实际情况，分析它们在适应新的媒介环境中所表现出的缺陷，是少儿报刊媒体整合与转型的前提。少儿报刊的发展现状主要表现在：首先，内容单薄，不够注重个性化。少儿报刊选题范围较为全面，坚持以促进少年儿童全面发展为目标，涉及面尤为广泛，特别是一些综合类报刊，除要闻版外，学习、科技、文艺、游戏等领域在各版中均有所提及，但由于版面局限等因素，也仅是点到为止，内容相对单薄。这对当今生活在知识爆炸时代，见多识广的少年儿童来说已无法满足他们兴趣取向和个性化的需求。而与之不同的是，新媒体在这方面有着巨大优势，可以让少年儿童更加容易地找到自己感兴趣的内容与阅读资料。[4] 其次，形式较为保守，版面和插图缺乏设计感。孩子和成人不一样，看报对他们而言形式吸引是第一位的，如果版式呆板，插图不够时尚好看，便不能吸引他们对内容的关注和阅读。在这方面，新媒体所具有的音像效果比起报刊上的文字和美术设计来说，更加吸引小读者们的眼球。最后，纸媒制作流程较长，很多少儿报刊是周报、月刊，编辑发稿后，要进行至少一周的插图绘制，而后还有排版改错，再到校对，整个流程复杂。出版后发到小读者手中多是下周或下个月。这些繁复琐碎的步骤和程序，影响编者和读者间的有效互动，使编辑不能及时收到读者反馈的意见和建议，也因此缺少了对少儿报刊进行及时优化调整的必要根据。

4. 媒体融合背景下少儿报刊编辑应有的素养

4.1 勤于动笔，锤炼文字功底

于少儿报刊而言，内容充沛才是立刊之基础，只有充满丰富的内容才能够促进少儿报刊的可持续发展。不管是报纸、期刊，还是电脑、手机都是内容的载体。科技的发展，只是把原来的纸质载体，换成了以电脑或手机为载体，以便更迅速地生产和传播。少儿报刊要想赢得小读者，其内容和文字是关键，起决定性作用。这就要求少儿报刊编辑不断学习业务知识，提高采编能力，多写多练，在报刊的内容和文字写作上下功夫。促进各种媒体相互融合，不仅要重视技术引领与驱动，还应当坚定报刊内容的主体地位，将内容建设摆在最突出的位置，以独到的内容和生动的文字赢得发展优势。[5]

4.2 转变观念，培养互联网思维

互联网思维作为一种新的科学思维方式，应当将少儿报刊编辑的所有实践工作全部串联起来。通过信息在互联网传播中的特点，在报刊编辑的初期阶段，就需要考虑到信息传播于互联网中的特点和手段，做好内容的编辑与排版工作。在编辑报刊时，编辑应当充分掌握报告内容的特点，将编辑出来的资料适合不同媒体和平台的网络宣传和运营，再依据受众的阅读习惯来选择适当的编辑方式，改进需要编辑的资料。在推广传播报刊的信息时，不同网络平台传播会选择相应的传播方式，对所选择的传播方式就是通过所编辑资料的内容、形式以及读者的类型为选择参考依据的。此外，为了提高信息网络传播的质量和效率，编辑还要根据互联网思维将编辑内容与读者需求相联系，利用合理的平台，进行信息的有效传播，让读者感受到更好的阅读体验。

4.3 掌握新技能，利用新媒体优势

对传统的少儿报刊编辑而言，采编适合报刊定位需求的图文信息是工作的主要内容。目前，纸质媒介的呈现方式逐渐更具多元化，微信、微博、B 站、抖音、H5 页面……新媒体以其灵活多变的形式，影响着人们的生活。为了适应媒体融合的趋势，少儿报刊编辑需要在采编过程中学习掌握各种新媒体制作技术，具备处理照片、数据以及编辑音视频的能力，在制作内容的过程中结合一定的网络技术、信息技术、数字技术，从而使得少儿报刊内容的传播更加广泛。[6] 与此同时，编辑还要根据自己的专业背景和兴趣特长，持续改进自身的思路，让信息收集、处理的能力得到进一步的提高，从而来应对新的编辑呈现方式。

5. 媒体融合背景下少儿报刊编辑转型的具体路径

5.1 借助传统纸媒优势，建设新媒体平台

少儿报刊编辑相较于同类受众群的网络媒体编辑而言，往往具有更优秀的文字功底，网络媒体编辑虽然拥有快捷的网络媒体平台，但就文字表达而言，考虑到网络媒体发展的特殊性，在这方面还表现得较为浅显。在

新媒体时期，少儿报刊编辑要通过进一步发挥传统报刊媒体编辑文字功底深厚的优势，弥补大多数以少年儿童为主要受众群的各类以游戏、娱乐为主要信息的网络媒体编辑文字功力弱的不足，来建设属于自己的微信、微博、新媒客户端等新媒体平台。同时，少儿报刊编辑还需要进一步发挥传统报刊公信力较好的优势，坚持以精辟的言论和权威的分析更好地肩负起对少年儿童的引领和服务的目的，从而维持自身在信息内容上的优势，并取得更优质的传播效果，从而达到为造就更多党和国家事业需要的好少年做出贡献的使命。

5.2 融入新媒体元素，吸引小读者注意力

当今时代，少年儿童群体较之以往年代的孩子有着更为强烈的个性化发展需求，且他们的眼光也在逐步提高，在对阅读渠道进行选择时，也更加关注美学感受与视觉冲击。根据这样的情况，少儿报刊在内容安排上，除原有的文字要生动有趣外，还要让版面“动”起来。报刊白纸黑字，尽管添加了色彩明快的图片，但相对于新媒体而言，仍是“静态”的，唯有让报纸“动”起来，才能激活报刊的影响力。可以考虑在报道事件的同时，配以生动的视频，增加报道的美感和艺术性。比如，2021 年《中国儿童报》刊发的《我是福州“小伞匠”》，报道了福建福州某小学开展的传承家乡非物质文化遗产油纸伞的制作活动。文中讲述了少先队员们用心传承家乡制伞技艺的故事。为了使报道更加凸显出视觉冲击力，编辑在制作报道时，把孩子们拍摄的活动纪录片和原创福州语音乐电视作品《油纸伞上的福州》，以二维码链接的形式呈现在报上，不仅增强了报道的艺术性，使报道内容更为丰富和多元化，还增强了小读者对福州非遗文化的了解与对家乡非遗文化的探究，收到了良好的传播效果。

5.3 运用网络技术，改造传统报刊媒体

推动媒体融合发展，应当充分利用网络技术将传统媒体进行全面的革新，如此一来，报刊编辑就需要通过互联网思维来策划和推动各种工作，加强自主建设，提高技术研发能力。但目前，随着互联网的快速发展和各种新型应用技术的出现，融合发展所需的技术依赖于自身的研发，是几乎不可行的。应当及时突破小而全，大而全的理念，必须学会利用他人的技术为自己创造机会和条件，不能全部依靠自己来闭门造车。应当借助多种手段，充分利用他人研发的成熟的技术、平台和多种渠道，来推动少儿报刊的全面发展。目前，很多少儿报刊编辑都在融合发展方面做了大胆探索和尝试，有不少亮点。比如，二十一世纪出版社编辑以美德童话刊物《魔法小仙子》为蓝本改编了《魔法仙踪》，面向少年儿童开发大型绿色在线游戏产品；接力出版社编辑制作了《第一次发现》系列刊物，并把其中的《瓢虫》和《森林》等刊制作成多媒体互动体验版电子刊。应当说，这些努力在一定程度上实现了传统媒体与新媒体的并存、互动，在读者互动方面颇有收获。[7]

5.4 转变编辑视角，推出拓展性、差异化产品

传统少儿报刊主要是以少年儿童为受众，但到了新媒体时代，少儿报刊的新媒体用户打破了以少年儿童为主体的局限性，逐渐显现出多元化的特征。有的少儿报刊社的新媒体产品仍以少儿用户为主体，而有的少儿报刊社的编辑则根据新媒体用户群的组成，以教师、家长等成年人用户为主体，分别推出垂直、细化的产品。这些产品的语言风格以成人的语调来强调文章创作的深度和专业性，只有从儿童和成人的角度出发，灵活掌握好儿童和成人两种编辑稿件的特点，少儿报刊编辑才能更具有针对性的写出多种多样的稿件，进而更好地满足不同类型读者的需求。

结语

在当前媒体融合的背景下，少儿报刊要想立足在时代潮流中稳定发展，少儿报刊的编辑就必须充分向新媒体拓展，根据读者的特点和所需所求来走个性化的发展之路，树立起独具风格的少儿报刊形象。媒

参考文献

[1] 史竞男 . 我国少儿报刊已进入新中国成立以来发展最快时期 [EB/OL].(2015-06-23).http：//news.xinhuanet.com/politics/2015-06/23/c-1115699223.htm.

[2] 顾名贵，郝冠南，李璨，刘星宏 . 新技术引领全媒体新闻生产新模式——人民日报社 AI 编辑部 2.0 助力两会报道提质增效 [J]. 中国传媒科技，2021（4）：7-10.

[3] 张春贵，唐胜宏 . 中国青少年研究中心：少年儿童近 6 成拥有手机 手接消费接近零花钱的 45%[EB/OL].2016-07-04). http：//it.people.com.cn/GB/n1/2016/0704/c1009-28523072.html.

[4] 汪开泉 . 名刊引领，放飞童心——江西教育传媒集团开展“少儿报刊伴我行，共绘科学七彩虹”主题活动 [J]. 小学生之友（高），2020（9）：62-63.

[5] 初小燕 . 新媒体时代“内容为王”的传承与发展 [J]. 中国报业，2016（10）：15-16.

[6] 谭群 . 专业人才在当代少儿期刊发展中的重要性——《小学生导刊》编辑部团队个案分析 [J]. 传媒论坛，2019(22)：66-67.

[7] 栗剑峰 . 我国少儿社全媒体出版的价值链研究 [D]. 南京：南京大学，2018.

作者简介：张艳（1979-），女，北京，主任编辑，研究方向：新闻与传播学。

（责任编辑：胡杨）